



Percepción del Cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial de Pequeñas Empresas Comerciales Ubicadas En Ciudad Guzman, Jalisco. (Perception of Compliance with Corporate Social Responsibility of Small Commercial Companies Located in Ciudad Guzman, Jalisco).

Humberto Palos Delgadillo¹; Evangelina Elizabeth Lozano Montes De Oca² y Rosa María Oliveros Sánchez³.

¹ Universidad de Guadalajara, (México), humberto.palos@cusur.udg.mx,
<https://orcid.org/0000-0002-7354-395X>

² Universidad de Guadalajara, (México), eva.lozano@cusur.udg.mx,
<https://orcid.org/0000-0002-8259-8338>

³ Universidad de Guadalajara, (México), rosa.oliveros@cusur.udg.mx,
<https://orcid.org/0000-0001-6183-7945>

Información del artículo revisado por pares

Fecha de recepción: mayo 2022

Fecha de aceptación: junio 2022

Fecha de publicación en línea: marzo 2023

DOI: <https://doi.org/10.29105/vtga9.2-267>

Resumen

La responsabilidad social empresarial es un tema de suma importancia en la actualidad, ya que en él se abordan distintos aspectos sobre como las empresas se comportan y responden ante diferentes grupos de interés, de tal forma que con ello pueden ser o no empresas socialmente responsables donde esto último, las puede convertir en entes económicos de éxito que conjugan el compromiso de ser sustentables. Como objeto de estudio, se abordó el tema de cómo perciben la responsabilidad social empresarial los directivos de siete pequeñas empresas representativas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán, ciudad media ubicada en el municipio de Zapotlán el Grande, uno de los 28 municipios de mayor relevancia en el sur de Jalisco, y el grado de percepción del cumplimiento, con relación a las dimensiones ambiental, social y económica. La investigación fue de carácter exploratoria y descriptiva-explicativa para establecer los vínculos entre las tres dimensiones señaladas, estableciéndose superar el 50% de cumplimiento, que permita generar una gestión en armonía con todas las partes interesadas. El diseño fue no experimental con enfoque cualitativo y cuantitativo de carácter correlacional-causal, para someter a prueba las hipótesis establecidas. Como principales conclusiones se tiene que este tipo de pequeñas empresas son

Abstract

Corporate social responsibility is a topic of great importance today, since it addresses different aspects of how companies behave and respond to different interest groups, in such a way that they may or may not be socially responsible companies, the latter, can turn them into successful economic entities that combine the commitment to be sustainable. As an object of study, there was issued the topic on of how corporate social responsibility is perceived by managers of seven small representative companies of the commerce sector located in Ciudad Guzmán, a medium-sized city located in the municipality of Zapotlán el Grande, one of the 28 most relevant municipalities in the south of Jalisco, and the level of perception of compliance, in relation to the environmental, social and economic dimensions. The research has an exploratory and descriptive-explanatory nature, to establish the links between the three dimensions indicated, setting up to 50% of compliance to exceed, which allows them to generate a sustainable management in harmony with all the concerned parties. The design was non-experimental with a correlational-causal approach, to test the established hypothesis The main conclusions are that these types of small businesses

fuentes de empleo que benefician a la región, teniendo en cuenta el desarrollo de sus comunidades, el cuidado del ambiente y el desarrollo económico, obteniéndose un promedio global del 74.6 %, que supera lo establecido, de tal manera que estas empresas realizan un aceptable porcentaje de actividades socialmente responsables.

Palabras clave: Pequeñas Empresas, Percepción del cumplimiento, Responsabilidad Social, Sur de Jalisco.
Códigos JEL: M14- Responsabilidad social corporativa, F64 - Medio ambiente, M21- Economía de la empresa.

are sources of employment that benefit the region, taking into account the development of their communities, care of environment and economic development, obtaining a global average of 74.6%, which exceeds what is established, in such a way that these companies carry out an acceptable percentage of socially responsible activities.

Key Words: Perception of compliance, Small Businesses, Social Responsibility, South of Jalisco.
Códigos JEL: M14- Responsabilidad social corporativa, F64 - Medio ambiente, M21- Economía de la empresa.

Introducción

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una definición que día con día ha venido adquiriendo mayor trascendencia en el mundo de los negocios, sin embargo, en México como en Jalisco, parece ser que este concepto solo ha sido de aplicación para las medianas o grandes y no para las micro y pequeñas empresas, razón por la cual en este trabajo se consideran las pequeñas empresas y en especial ciertas unidades económicas representativas de un sector económico y en una región específica del Estado.

Plantear el fenómeno de la actividad comercial y el grado de cumplimiento de las dimensiones económico, social y ambiental de la RSE en empresas significativas ubicadas en Ciudad Guzmán, del municipio de Zapotlán el Grande, Jalisco, es el objeto de estudio de esta investigación, de ahí que se tiene como finalidad conocer la percepción del cumplimiento de la RSE en siete pequeñas empresas comerciales representativas ubicadas en esa localidad, ya que es una de las principales ciudades medias¹ ubicada en la región sur de Estado, por su situación económica y social.

Bajo el supuesto hipotético de que las actividades operativas socialmente responsables de estas pequeñas empresas superan el 50%, de cumplimiento de acuerdo a las tres dimensiones ya señaladas, se hace relevante conocer el grado de percepción que sustente y valide esta proposición y permita generar una gestión sustentable en armonía con todas las partes interesadas que beneficie a la sociedad en general.

Marco teórico.

Al abordar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se habla de fomentar las buenas prácticas en los negocios, en donde la empresa asuma la responsabilidad de atender los impactos que ocasiona en la actividad productiva o de servicio dependiendo a lo que se dedica. En este sentido, la RSE de

ser un simple concepto ha pasado a constituirse como un compromiso y una forma de gestión no exclusiva de las grandes organizaciones, sino de todas las empresas.

La RSE entonces, no es solo cuestión de las grandes o medianas empresas, sino también, pueden y deben ser socialmente responsables las micro y pequeñas empresas, ya que estas últimas, representan el mayor número de unidades de negocios en México, situación que debe reconocerse para poder ser este tipo de entidades, competitivas y no dejar pasar oportunidades de negocio por las prácticas de operación que se manejen en ellas (López, Ojeda, y Ríos (2017).

En ese orden de ideas, Lara y Sánchez (2021) se enfocaron en analizar que la RSE es un mecanismo que beneficia la competitividad ya que la teoría abordada establece la importancia de la RSE en el cumplimiento de los objetivos organizacionales mediante la obtención de ventajas y de una gestión empresarial que conlleva a promover un desarrollo sustentable, que permite conocer la influencia de esa gestión en las acciones por parte de las pequeñas empresas.

Además, Girón, Kazemikhasragh, Cicchiello y Panetti (2021) realizaron un estudio en donde abordaron los factores que permiten adoptar nuevas prácticas como los informes, reportes e instrumentos de medición que han establecido organismos internacionales en la materia, debido a que se han incrementado los problemas ambientales y la necesidad de la conservación de los ecosistemas por parte de estas organizaciones.

En ese sentido, Cañizares (2020) se enfocó a investigar y determinar el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial de micros y pequeñas empresas, evidenciando la necesidad de sensibilizar y concientizar a estas, referente a la construcción de una cultura ambiental que incida en la sustentabilidad. Siguiendo esa misma línea, Rivadeneira y Echeverri (2021) realizaron un estudio enfocado a dar a conocer el alcance de la RSE en ese tipo de empresas y su aporte al desarrollo sostenible.

Por su parte, Morín, Reynoso y Martínez (2018) se centraron en estudiar la posición que emplean las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES) sobre el reto de la RSE, con la finalidad de conocer si las empresas están familiarizadas con la RSE y si están interesadas en lograr adquirir el reconocimiento oficial correspondiente. A este respecto, se señala el distintivo que otorga el Centro Mexicano de Filantropía (CEMEFI), que no es precisamente un reconocimiento oficial.

De acuerdo al Censo Económico de 2019 del (INEGI: 2020), en México, sólo el 0.2% de las empresas del país son grandes, mientras que el 99.8% restante son clasificadas como micro, pequeñas y medianas. En donde estas últimas son de gran relevancia para el crecimiento económico del país, debido a que generan 77% de los empleos formales y aportan un 34.7% al PIB a nivel nacional. Tal y como lo señala INEGI a través de la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de

las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas en 2018, existen 4,169,677 millones de miPymes de las cuales 97.3% son microempresas y el (2.7%) que resta corresponde al sector Pymes.

Por otro lado, la Secretaría de Economía utiliza la norma mexicana NMX-SAST-26000-IMNC-2011 (Guía de responsabilidad social) la cual coincide de manera total con la norma internacional ISO 26000:2010, (Diario Oficial de la Federación, 2012). La ISO 26000 define la responsabilidad social como una “disposición de una organización para incorporar consideraciones sociales y ambientales en su toma de decisiones y ser responsables de los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente” (ISO, 2010).

La ISO 26000 es una guía internacional voluntaria, que aplica a todo tipo de organizaciones. Los principales puntos que maneja son el alcance de la RSE, términos y definiciones, principios fundamentales, reconocimiento de la RSE y compromiso con los stakeholders a través de la administración de la política corporativa, los derechos humanos, las prácticas laborales, el ambiente, las operaciones justas, los consumidores y el desarrollo de la comunidad. Además de todo lo anterior, también establece recomendaciones para implementar prácticas de RSE (Raufflet, Lozano Aguilar, Barrera Duque, & García de la Torre, 2011).

Respecto a la aplicación de la norma y a su concepción Bernhart & Maher (2011) refuerzan lo mencionado por Raufflet, et. al., al mencionar que ISO 26000 es una norma de orientación voluntaria que ha hecho lo que ninguna otra norma mundial sobre el tema de la responsabilidad social: reunir en un solo documento las expectativas esenciales de las organizaciones relacionadas con sus responsabilidades para con la sociedad.

Con lo antes señalado, es de afirmarse que la noción de RSE ha venido cambiando desde una concepción para la comprensión del mundo de los negocios, ya que es la clave para la obtención de éxitos en el mercado, con una orientación social en donde el éxito se basa en los vínculos que la empresa tiene con sus grupos de interés: clientes, empleados, distribuidores, proveedores, grupos en la comunidad, accionistas, socios, medio ambiente, entre otros aspectos.

Si bien las empresas de estudio carecen de un reconocimiento de ESR, las buenas prácticas que estas realizan son consideradas de vital importancia, ya que ello les permite lograr incrementar su presencia en el mercado. A este respecto Robbins y Jugde (2017), consideran a la RSE como la actitud voluntaria de la empresa que va más allá de la obligatoriedad dirigida a satisfacer las demandas sociales de los distintos entes relacionados, es decir, significa una relevante manera de atender el propio interés de los propietarios como el de todas las partes interesadas (Severiano y González, 2017).

Por esta razón, se considera que dar respuesta a los *Stakeholders* es una forma de todos ganar cuando ello representa un catalizador en el desarrollo e implementación de mejoras de desempeño

(Cillo *et al.*, 2019), es decir, las partes interesadas, son todos los relacionados con la empresa, a los que debe generar algún valor si se autodefine como socialmente responsable (Bustamante *et al.*, 2020), situación que hace que estas pequeñas empresas sean más competitivas y logren una gestión sustentable (Kianto *et al.*, 2017), con principios éticos, que respondan a los distintos problemas ambientales que genera su actividad económica (García, Martínez, & Victoria, 2017).

El aseguramiento de las ventajas competitivas, junto con el respeto a los valores y propósitos éticos de la empresa es fundamental en la RSE (Acción RSE, 2017), para lograr esto, es necesario que vinculen sus estrategias en las dimensiones económicas, sociales y ambientales y con ello lograr la sustentabilidad (Castillo, D. & Sánchez P, 2017). Una empresa socialmente responsable tiene el compromiso de realizar sus operaciones con ética y alto sentido social (Santa, 2017). Por ello, su planeación estratégica con base en la RSE, refleja su curso de acción, los valores, filosofía y principios que se encuentran en la visión y misión, dejando en claro la forma de trabajar (Rueda, 2017).

Metodo

La investigación-intervención se contextualiza en siete pequeñas empresas, que son representativas del sector comercio en las siguientes ramas; Pastelería, Restaurante especializado en pollo, Zapatería, Ferretería, Refrigeradores, Restaurante y Supermercado. En este sentido, la presente investigación tiene como finalidad conocer la percepción que tienen los directivos del cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial de las pequeñas empresas comerciales representativas ubicadas en Ciudad Guzmán, del Municipio de Zapotlán el Grande, ya que esta ciudad, es una de las principales ciudades medias del estado de Jalisco, región específica en el sur del Estado.

Planteamiento del problema

Se desconoce la percepción de los directivos del grado de cumplimiento de las buenas prácticas que realizan las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán, municipio de Zapotlán, el Grande, Jalisco, lo que constituye un importante objeto de estudio ya que ese tipo de unidades representan una significativa fuente de ingresos y una generación de empleos en beneficio de la sociedad.

Al respecto, se considera que estas empresas pueden ser sujetos de acceder a programas de Responsabilidad Social Empresarial, de ahí la importancia de conocer la percepción de los directivos del cumplimiento que tienen en relación con este tipo de gestión empresarial, cuyos lineamientos y guías de acción inciden a lograr un desempeño sustentable, que garantiza su actuar en armonía con el entorno, que respondan a las exigencias de las partes interesadas y consoliden su permanencia en el

mercado. Plantear el fenómeno con respecto a la percepción del cumplimiento de la RSE, es responder desde el punto de vista de los directivos las siguientes preguntas:

¿Cuál es el grado de percepción del cumplimiento de la responsabilidad social de las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán, Jalisco, con respecto a la dimensión ambiental, social y económica?

¿Qué relación e influencia existe entre las dimensiones ambiental, social y económica, respecto a las actividades operativas socialmente responsables de estas empresas?

Objetivo general

Derivado de la primera pregunta eje de este trabajo:

Conocer el grado de percepción del cumplimiento de la responsabilidad social empresarial que tienen las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán, Jalisco, con base en las dimensiones ambiental, social y económica, que permita generar una gestión sustentable en armonía con todas las partes interesadas.

Objetivo particular

Como consecuencia de la segunda pregunta:

Identificar la relación e influencia que existe entre las dimensiones; ambiental, social y económica respecto a las actividades operativas socialmente responsables en las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán, Jalisco, que expresen el grado de cumplimiento con la responsabilidad social empresarial.

Hipótesis

Como Hipótesis de correlación se plantea lo siguiente:

H1: “Las actividades operativas socialmente responsables en las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán, Jalisco, superan el 50%”.

Adicionalmente se plantearon otras tres hipótesis correlacionales para cada una de las dimensiones de la responsabilidad social empresarial consideradas en el cuestionario aplicado:

H2: Las actividades operativas socialmente responsables respecto a la dimensión ambiental en las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán, Jalisco, superan el 50%.

H3: Las actividades operativas socialmente responsables respecto a la dimensión social en las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán, Jalisco, superan el 50%

H4: Las actividades operativas socialmente responsables respecto a la dimensión económica en las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán, Jalisco, superan el 50%.

Tipo de investigación

La investigación efectuada fue de tipo exploratoria para conocer lo alusivo a la RSE y su relación con las empresas principalmente las que fueron representativas del contexto de estudio. Además, fue descriptiva-explicativa al instaurar la relación entre las tres dimensiones que se establecieron, así como la percepción que tienen de ello los directivos de las empresas sujetas de este estudio con el objeto de vincularla con la problemática planteada y estudiar el fenómeno metodológicamente para su interpretación de manera cualitativa y cuantitativamente.

Cabe señalar, que el diseño es de carácter no experimental debido a que sólo se mide el grado de la percepción del cumplimiento de la RSE en sus tres dimensiones, económica, social y ambiental por parte de los directivos de estas siete empresas de estudio y de corte transversal recabando durante un tiempo determinado con un enfoque de carácter correlacional-causal, con finalidad de poder someter a prueba las hipótesis establecidas.

Muestra de estudio

La muestra fue representativa de la población de estudio, es decir, de acuerdo con Santesmases (2009), esta debe contener una estructura que reproduzca las características y comportamientos de la población de la que ha sido obtenida. En este sentido se seleccionaron empresas que por su representatividad satisfacen las siguientes características:

- Estar ubicadas en Ciudad Guzmán
- Ser pequeñas empresas
- Pertener al sector comercial
- Contar con una significativa imagen local evaluada por visitas a su página Web

Instrumento de recolección de datos

Conforme a Hernández, Fernández & Baptista (2010: 151), se aplicó un cuestionario, para efecto de dar respuesta a las preguntas de investigación, dar satisfacción a los objetivos del trabajo y, sobre todo, analizar el grado de percepción del cumplimiento de la responsabilidad social empresarial de las empresas encuestadas, desde el punto de vista de sus directivos con base en las dimensiones; ambiental, social y económica. El instrumento consta de tres bloques con 44 preguntas, donde las primeras 14 están referidas a la dimensión ambiental, las siguientes 16 a la dimensión social y las restantes 14 a la dimensión económica. Al respecto, se emplea la estadística descriptiva e inferencial, procedimiento que permite organizar y resumir el conjunto de observaciones en forma cuantitativa e inferir acerca de los resultados obtenidos (Wigodski, 2010).

Resultados

Estos se capturaron en una base de datos del software DYANE, cuyas respuestas estuvieron en: totalmente desacuerdo, en desacuerdo, ni en acuerdo ni desacuerdo, parcialmente en acuerdo, totalmente de acuerdo, representados del 1 al 5 respectivamente. Una vez realizado se analizaron con una tabulación simple en la que se obtuvieron las tablas que se presentan en este apartado. Estas se dividen en tres partes, la primera muestra los resultados del cuestionario aplicado a cada una de las empresas, la columna central muestra la frecuencia para cada una de las posibles respuestas, y la columna de la derecha muestra el porcentaje que representa la frecuencia para cada uno de los ítems.

Las frecuencias mencionadas representan el conteo de las respuestas del cuestionario para cada una de las alternativas. Como ejemplo, en la Tabla 1 de la dimensión ambiental, para el ítem 1 ninguno de los directivos respondió con un “1” en la primera pregunta, de este modo el porcentaje asociado es 0, sin embargo, la opción 5 fue elegida en dos ocasiones por lo tanto su frecuencia es dos y su porcentaje fue del 40%, situación similar se presenta en las otras dos dimensiones (véase Tablas No. 1, 2 y 3).

Tabla1. Resultados del cuestionario en la dimensión ambiental.

| Ítem | Empresa | | | | | | | Frecuencia de respuesta | | | | | Porcentaje de la respuesta | | | | |
|------|---------|---|---|---|---|---|---|-------------------------|---|---|---|---|----------------------------|-----|-----|-----|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 5 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 0 | 1 | 1 | 2 | 3 | 0% | 20% | 20% | 40% | 60% |
| 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 0 | 0 | 1 | 2 | 4 | 0% | 0% | 20% | 40% | 80% |
| 3 | 4 | 2 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 0 | 1 | 1 | 2 | 3 | 0% | 20% | 20% | 40% | 60% |
| 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 0 | 1 | 0 | 1 | 5 | 0% | 20% | 0% | 20% | 100% |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 0 | 0 | 1 | 3 | 3 | 0% | 0% | 20% | 60% | 60% |
| 6 | 5 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 0 | 2 | 2 | 2 | 1 | 0% | 40% | 40% | 40% | 20% |
| 7 | 4 | 2 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 0 | 1 | 3 | 1 | 2 | 0% | 20% | 60% | 20% | 40% |
| 8 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 5 | 4 | 0 | 4 | 0 | 2 | 1 | 0% | 80% | 0% | 40% | 20% |
| 9 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 0 | 0 | 2 | 1 | 4 | 0% | 0% | 40% | 20% | 80% |
| 10 | 1 | 2 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 1 | 2 | 0 | 2 | 2 | 20% | 40% | 0% | 40% | 40% |
| 11 | 5 | 2 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 0 | 1 | 1 | 1 | 4 | 0% | 20% | 20% | 20% | 80% |
| 12 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 0 | 1 | 1 | 3 | 2 | 0% | 20% | 20% | 60% | 40% |
| 13 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 0 | 0 | 20% | 60% | 60% | 0% | 0% |
| 14 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 5 | 4 | 0 | 2 | 2 | 2 | 1 | 0% | 40% | 40% | 40% | 20% |

En estas tablas (tabla 1, 2 y 3) se puede observar que prevalecen los porcentajes más altos en las respuestas que están asociadas a una mayor responsabilidad social de acuerdo a las tres dimensiones presentadas. Con estos datos, se procede a comprobar las hipótesis planteadas para el estudio, la hipótesis principal fue:

Tabla 2. Resultados del cuestionario en la dimensión social.

| Ítem | Empresa | | | | | | | Frecuencia de respuesta | | | | | Porcentaje de la respuesta (%) | | | | |
|------|---------|---|---|---|---|---|---|-------------------------|---|---|---|---|--------------------------------|-----|------|------|-----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 0 | 0 | 2 | 2 | 3 | 0% | 0% | 40% | 40% | 60% |
| 16 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 0 | 0 | 4 | 2 | 1 | 0% | 0% | 80% | 40% | 20% |
| 17 | 5 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 0 | 1 | 0 | 2 | 4 | 0% | 20% | 0% | 40% | 80% |
| 18 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 0 | 1 | 1 | 2 | 3 | 0% | 20% | 20% | 40% | 60% |
| 19 | 5 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 0 | 2 | 2 | 1 | 2 | 0% | 40% | 40% | 20% | 40% |
| 20 | 4 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 0 | 1 | 1 | 4 | 1 | 0% | 20% | 20% | 80% | 20% |
| 21 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 0 | 0 | 0 | 5 | 2 | 0% | 0% | 0% | 100% | 40% |
| 22 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 0 | 0 | 0 | 3 | 4 | 0% | 0% | 0% | 60% | 80% |
| 23 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 0 | 0 | 1 | 3 | 3 | 0% | 0% | 20% | 60% | 60% |
| 24 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 0 | 0 | 2 | 4 | 1 | 0% | 0% | 40% | 80% | 20% |
| 25 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 0 | 0 | 1 | 4 | 2 | 0% | 0% | 20% | 80% | 40% |
| 26 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 0 | 0 | 0 | 3 | 4 | 0% | 0% | 0% | 60% | 80% |
| 27 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 0 | 2 | 3 | 2 | 0 | 0% | 40% | 60% | 40% | 0% |
| 28 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 0 | 0 | 5 | 2 | 0 | 0% | 0% | 100% | 40% | 0% |
| 29 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 0 | 1 | 0 | 3 | 3 | 0% | 20% | 0% | 60% | 60% |
| 30 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 0 | 0 | 0 | 2 | 5 | 0% | 0% | 0% | 20% | 80% |

Tabla 3. Resultados del cuestionario en la dimensión económica.

| Ítem | Empresa | | | | | | | Frecuencia de respuesta | | | | | Porcentaje de la respuesta | | | | |
|------|---------|---|---|---|---|---|---|-------------------------|---|---|---|---|----------------------------|-----|-----|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 31 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 0 | 0 | 1 | 1 | 5 | 0% | 0% | 20% | 20% | 100% |
| 32 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 2 | 5 | 0% | 0% | 0% | 40% | 100% |
| 33 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 0 | 1 | 0 | 2 | 4 | 0% | 20% | 0% | 40% | 80% |
| 34 | 1 | 4 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 0 | 40% | 60% | 20% | 20% | 0% |
| 35 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 2 | 5 | 0% | 0% | 0% | 40% | 100% |
| 36 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 2 | 5 | 0% | 0% | 0% | 40% | 100% |
| 37 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 2 | 5 | 0% | 0% | 0% | 40% | 100% |
| 38 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 0 | 0 | 1 | 3 | 3 | 0% | 0% | 20% | 60% | 60% |
| 39 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 0 | 0 | 1 | 1 | 5 | 0% | 0% | 20% | 20% | 100% |
| 40 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 2 | 5 | 0% | 0% | 0% | 40% | 100% |
| 41 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 0 | 0 | 1 | 5 | 1 | 0% | 0% | 20% | 100% | 20% |
| 42 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 0 | 0 | 1 | 1 | 5 | 0% | 0% | 20% | 20% | 100% |
| 43 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 0 | 0 | 0 | 3 | 4 | 0% | 0% | 0% | 60% | 80% |
| 44 | 4 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 3 | 1 | 0 | 3 | 3 | 0 | 20% | 0% | 60% | 60% | 0% |

H1: “Las actividades operativas socialmente responsables en las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán, Jalisco, superan el 50%”.

Adicionalmente se plantearon otras tres hipótesis para cada una de las dimensiones de la responsabilidad social consideradas en el cuestionario aplicado:

H2: Las actividades operativas socialmente responsables respecto a la dimensión ambiental en las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán, Jalisco, superan el 50%.

H3: Las actividades operativas socialmente responsables respecto a la dimensión social en las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán, Jalisco, superan el 50%

H4: Las actividades operativas socialmente responsables respecto a la dimensión económica en las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán, Jalisco, superan el 50%.

Como ya se citó, dentro de las opciones que tuvieron los directivos de las empresas para responder a cada una de las preguntas que se realizaron en el cuestionario se usó la escala Linker (véase Tabla No.4).

Tabla 4. Porcentajes de las respuestas al cuestionario.

| Respuesta | Descripción | Distribución porcentual |
|-----------|-----------------------------|-------------------------|
| 1 | Totalmente desacuerdo | 0 % |
| 2 | En desacuerdo | 25 % |
| 3 | Ni en acuerdo ni desacuerdo | 50 % |
| 4 | Parcialmente en acuerdo | 75% |
| 5 | Totalmente de acuerdo | 100 % |

Para validar las hipótesis planteadas se construyó una tabla con los resultados de los cuestionarios en donde se pudiera observar el promedio de las respuestas que dieron las empresas, el cálculo de los porcentajes de esta tabla se determinó con la siguiente ecuación de porcentaje:

$$\text{Porcentaje} = (\text{Promedio de las respuestas} - 1) \times 25\%$$

Tabla 5. Resultados del cuestionario con relación a las tres dimensiones.

| Dimensión Ambiental | | | | Dimensión Social | | | | Dimensión Económica | | | |
|---------------------|--------|-------|------|------------------|--------|-------|-------|---------------------|--------|-------|-------|
| Ítem | Σdatos | Media | % | Ítem | Σdatos | Media | % | Ítem | Σdatos | Media | % |
| 1 | 28 | 4 | 75.0 | 15 | 29 | 4.14 | 78.6 | 31 | 32 | 4.57 | 89,3 |
| 2 | 31 | 4.42 | 85.7 | 16 | 25 | 3.57 | 64.3 | 32 | 33 | 4.71 | 92.9 |
| 3 | 28 | 4 | 75.0 | 17 | 30 | 4.28 | 82.1 | 33 | 30 | 4.28 | 82.1 |
| 4 | 31 | 4.42 | 85.7 | 18 | 28 | 4 | 75.0 | 34 | 15 | 2.14 | 28.6 |
| 5 | 30 | 4.28 | 82.1 | 19 | 24 | 3.24 | 60.7 | 35 | 33 | 4.71 | 92.9 |
| 6 | 23 | 3.28 | 57.1 | 20 | 26 | 3.71 | 67.9 | 36 | 33 | 4.71 | 92.9 |
| 7 | 25 | 3.57 | 64.3 | 21 | 30 | 4.28 | 82.1 | 37 | 33 | 4.71 | 92.9 |
| 8 | 21 | 3 | 50.0 | 22 | 32 | 4.57 | 89.3 | 38 | 30 | 4.28 | 82.1 |
| 9 | 30 | 4.28 | 82.1 | 23 | 30 | 4.28 | 82.1 | 39 | 32 | 4.57 | 89.3 |
| 10 | 23 | 3.28 | 57.1 | 24 | 27 | 3.85 | 71.4 | 40 | 33 | 4.71 | 92.9 |
| 11 | 29 | 4.14 | 78.6 | 25 | 29 | 4.14 | 78.6 | 41 | 28 | 4 | 75.0 |
| 12 | 27 | 3.85 | 71.4 | 26 | 32 | 4.57 | 89.3 | 42 | 32 | 4.57 | 89.3 |
| 13 | 16 | 2.28 | 32.1 | 27 | 21 | 3 | 50.0 | 43 | 32 | 4.57 | 89.3 |
| 14 | 23 | 3.28 | 57.1 | 28 | 23 | 3.28 | 57.1 | 44 | 22 | 3.14 | 53.6 |
| | | | | 29 | 29 | 4.14 | 78.6 | | | | |
| Suma Total | | 3.72 | 68% | 30 | 33 | 4.71 | 92.9 | Suma Total | | 4.26 | 81.5% |
| | | | | Suma Total | | 3.98 | 74.6% | | | | |
| | | | | Global Total | | 3.98 | 74.6% | | | | |

Tabla 6. *Análisis estadístico del total de los datos.*

| Ítem | Nº de empresas | Media aritmética | Desviación estándar | Máximo | Mínimo |
|------|----------------|------------------|---------------------|--------|--------|
| 30 | 7 | 4.80 | 0.40 | 5.00 | 4.00 |
| 22 | 7 | 4.60 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 26 | 7 | 4.60 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 32 | 7 | 4.60 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 35 | 7 | 4.60 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 36 | 7 | 4.60 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 37 | 7 | 4.60 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 40 | 7 | 4.60 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 4 | 7 | 4.40 | 1.20 | 5.00 | 2.00 |
| 9 | 7 | 4.40 | 0.80 | 5.00 | 3.00 |
| 23 | 7 | 4.40 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 29 | 7 | 4.40 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 31 | 7 | 4.40 | 0.80 | 5.00 | 3.00 |
| 39 | 7 | 4.40 | 0.80 | 5.00 | 3.00 |
| 42 | 7 | 4.40 | 0.80 | 5.00 | 3.00 |
| 43 | 7 | 4.40 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 2 | 7 | 4.20 | 0.75 | 5.00 | 3.00 |
| 5 | 7 | 4.20 | 0.75 | 5.00 | 3.00 |
| 21 | 7 | 4.20 | 0.40 | 5.00 | 4.00 |
| 38 | 7 | 4.20 | 0.75 | 5.00 | 3.00 |
| 17 | 7 | 4.00 | 1.10 | 5.00 | 2.00 |
| 25 | 7 | 4.00 | 0.63 | 5.00 | 3.00 |
| 33 | 7 | 4.00 | 0.63 | 5.00 | 3.00 |
| 41 | 7 | 4.00 | 0.63 | 5.00 | 3.00 |
| 1 | 7 | 3.80 | 1.17 | 5.00 | 2.00 |
| 3 | 7 | 3.80 | 1.17 | 5.00 | 2.00 |
| 11 | 7 | 3.80 | 1.17 | 5.00 | 2.00 |
| 15 | 7 | 3.80 | 0.75 | 5.00 | 3.00 |
| 24 | 7 | 3.80 | 0.40 | 4.00 | 3.00 |
| 18 | 7 | 3.60 | 1.02 | 5.00 | 2.00 |
| 7 | 7 | 3.40 | 1.02 | 5.00 | 2.00 |
| 12 | 7 | 3.40 | 0.80 | 4.00 | 2.00 |
| 20 | 7 | 3.40 | 0.80 | 4.00 | 2.00 |
| 28 | 7 | 3.40 | 0.49 | 4.00 | 3.00 |
| 6 | 7 | 3.20 | 1.17 | 5.00 | 2.00 |
| 16 | 7 | 3.20 | 0.40 | 4.00 | 3.00 |
| 19 | 7 | 3.20 | 1.17 | 5.00 | 2.00 |
| 44 | 7 | 3.20 | 1.17 | 4.00 | 1.00 |
| 27 | 7 | 3.00 | 0.63 | 4.00 | 2.00 |
| 10 | 7 | 2.80 | 1.47 | 5.00 | 1.00 |
| 14 | 7 | 2.80 | 0.75 | 4.00 | 2.00 |
| 8 | 7 | 2.40 | 0.80 | 4.00 | 2.00 |
| 13 | 7 | 2.20 | 0.75 | 3.00 | 1.00 |
| 34 | 7 | 2.20 | 1.17 | 4.00 | 1.00 |

De acuerdo con los datos de esta tabla, se aceptan las hipótesis planteadas ya que se supera el 50% tanto de forma global como para cada una de las dimensiones (ambiental, social y económica), sin embargo, es necesario aplicar un procedimiento estadístico para asegurar la validez de estos resultados (véase Tabla 6).

Los datos muestran que la mayoría de las respuestas están por encima del 50% planteado en la hipótesis de trabajo con lo cual se acepta, sin embargo, para reforzar lo observado se construye una prueba de una cola para proporciones:

$H_0: p < 0.5$ ← Hipótesis nula: “Las actividades operativas socialmente responsables en las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán no superan el 50%”.

$\sigma = 0.05$ ← Nivel de significancia

$P_{H_0} = 0.5$ ← Valor hipotético de la proporción de las actividades socialmente responsables.

$q_{H_0} = 0.5$ ← Nivel de significancia

$n = 5$ ← Tamaño de la muestra

$\bar{p} = 70.36\%$ ← Proporción de actividades socialmente responsables

$\bar{q} = 29.64\%$ ← Proporción de actividades no socialmente responsables

$z(\text{Critica}) = -1.64$ ← z crítica de acuerdo a distribución normal

$$\sigma_{\bar{p}} = \sqrt{\frac{P_{H_0}q_{H_0}}{n}}$$

$$\sigma_p = 0.22361$$

$$z = \frac{\bar{p} - P_{H_0}}{\sigma_p}$$

$$\sigma_p$$

$$z = 0.9105$$

Debido a que la “ z ” resultante está dentro de la zona de aceptación y en concordancia con los resultados de los datos procesados, se acepta la hipótesis alterna de que las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán, Jalisco, realizan más del 50% de sus actividades de forma socialmente responsable.

De esta misma forma, se analizan las tres dimensiones estudiadas (véase Tablas No.7, 8 y 9).

Tabla 7. Análisis estadístico de datos para dimensión ambiental.

| Ítem | Nº de empresas | Media aritmética | Desviación estándar | Máximo | Mínimo |
|------|----------------|------------------|---------------------|--------|--------|
| 4 | 7 | 4.40 | 1.20 | 5.00 | 2.00 |
| 9 | 7 | 4.40 | 0.80 | 5.00 | 3.00 |
| 2 | 7 | 4.20 | 0.75 | 5.00 | 3.00 |
| 5 | 7 | 4.20 | 0.75 | 5.00 | 3.00 |
| 1 | 7 | 3.80 | 1.17 | 5.00 | 2.00 |
| 3 | 7 | 3.80 | 1.17 | 5.00 | 2.00 |
| 11 | 7 | 3.80 | 1.17 | 5.00 | 2.00 |
| 7 | 7 | 3.40 | 1.02 | 5.00 | 2.00 |
| 12 | 7 | 3.40 | 0.80 | 4.00 | 2.00 |
| 6 | 7 | 3.20 | 1.17 | 5.00 | 2.00 |
| 10 | 7 | 2.80 | 1.47 | 5.00 | 1.00 |
| 14 | 7 | 2.80 | 0.75 | 4.00 | 2.00 |
| 8 | 7 | 2.40 | 0.80 | 4.00 | 2.00 |
| 13 | 7 | 2.20 | 0.75 | 3.00 | 1.00 |

De la misma manera que para el alcance global, los datos obtenidos para la dimensión ambiental muestran que la mayoría de las respuestas están por encima del 50% planteado en la hipótesis, por tal motivo se acepta la hipótesis, para este caso también se construyó una prueba de una cola para proporciones para reforzar lo observado. Prueba de una cola para proporciones:

$H_0: p < 0.5$ ← Hipótesis nula:

Las actividades operativas socialmente responsables respecto a las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán la dimensión ambiental no superan el 50%.

$\sigma = 0.05$ ← Nivel de significancia

$P_{H_0} = 0.5$ ← Valor hipotético de la proporción de las actividades socialmente responsables.

$q_{H_0} = 0.5$ ← Nivel de significancia

$n = 5$ ← Tamaño de la muestra

$\bar{p} = 62.14\%$ ← Proporción de actividades socialmente responsables

$\bar{q} = 37.86\%$ ← Proporción de actividades no socialmente responsables

z (Crítica) = -1.64 ← z crítica de acuerdo a distribución normal

$$\sigma_{\bar{p}} = \sqrt{\frac{P_{H_0} q_{H_0}}{n}}$$

$$\sigma_p = 0.22361$$

$$z = \frac{\bar{p} - P_{H_0}}{\sigma_p}$$

$$\sigma_p$$

$$z = 0.54$$

Debido a que la “z” resultante está dentro de la zona de aceptación y en concordancia con los resultados de los datos procesados, se acepta la hipótesis alternativa de la dimensión ambiental de que las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán, Jalisco, realizan más del 50% de sus actividades de forma socialmente responsable.

Tabla 8. *Análisis estadístico de datos para dimensión social.*

| Ítem | Nº de empresas | Media aritmética | Desviación estándar | Máximo | Mínimo |
|------|----------------|------------------|---------------------|--------|--------|
| 30 | 7 | 4.80 | 0.40 | 5.00 | 4.00 |
| 22 | 7 | 4.60 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 26 | 7 | 4.60 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 23 | 7 | 4.40 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 28 | 7 | 4.40 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 21 | 7 | 4.20 | 0.40 | 5.00 | 4.00 |
| 17 | 7 | 4.00 | 1.10 | 5.00 | 2.00 |
| 25 | 7 | 4.00 | 0.63 | 5.00 | 3.00 |
| 15 | 7 | 3.80 | 0.75 | 5.00 | 3.00 |
| 24 | 7 | 3.80 | 0.40 | 4.00 | 3.00 |
| 18 | 7 | 3.60 | 1.02 | 5.00 | 2.00 |
| 20 | 7 | 3.40 | 0.80 | 4.00 | 2.00 |
| 29 | 7 | 3.40 | 0.49 | 4.00 | 3.00 |
| 16 | 7 | 3.20 | 0.40 | 4.00 | 3.00 |
| 19 | 7 | 3.20 | 1.17 | 5.00 | 2.00 |
| 27 | 7 | 3.00 | 0.63 | 4.00 | 2.00 |

Del mismo modo que para la dimensión ambiental, los datos para la dimensión social arrojan que la mayoría de las respuestas están por arriba del 50% planteado en la hipótesis, por esta razón se acepta la hipótesis, en este caso también se elaboró una prueba de una cola para proporciones para reforzar lo observado. Prueba de una cola para proporciones:

$H_0: p < 0.5$ ← Hipótesis nula: Las actividades operativas socialmente responsables en las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán no supera el 50%.

$\sigma = 0.05$ ← Nivel de significancia

$PH_0 = 0.5$ ← Valor hipotético de la proporción de las actividades socialmente responsables.

$QH_0 = 0.5$ ← Nivel de significancia

$n = 5$ ← Tamaño de la muestra

$\bar{p} = 73.24\%$ ← Proporción de actividades socialmente responsables

$\bar{q} = 26.76\%$ ← Proporción de actividades no socialmente responsables

z (Crítica) = -1.64 ← z crítica de acuerdo a distribución normal

$$\sigma_{\bar{p}} = \sqrt{\frac{PH_0 QH_0}{n}}$$

$$\sigma_p = 0.22361$$

$$z = \frac{\bar{p} - PH_0}{\sigma_p}$$

$$z = 1.0391$$

Debido a que la “z” resultante está dentro de la zona de aceptación y en concordancia con los resultados de los datos procesados, se acepta la hipótesis alternativa para la dimensión social de que las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán, Jalisco, realizan más del 50% de sus actividades de forma socialmente responsable.

Tabla 9. Análisis estadístico de datos para alcance económico.

| Ítem | Nº de empresas | Media aritmética | Desviación estándar | Máximo | Mínimo |
|------|----------------|------------------|---------------------|--------|--------|
| 32 | 7 | 4.60 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 35 | 7 | 4.60 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 36 | 7 | 4.60 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 37 | 7 | 4.60 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 40 | 7 | 4.60 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 31 | 7 | 4.40 | 0.80 | 5.00 | 3.00 |
| 39 | 7 | 4.40 | 0.80 | 5.00 | 3.00 |
| 42 | 7 | 4.40 | 0.80 | 5.00 | 3.00 |
| 43 | 7 | 4.40 | 0.49 | 5.00 | 4.00 |
| 38 | 7 | 4.20 | 0.75 | 5.00 | 3.00 |
| 41 | 7 | 4.00 | 0.63 | 5.00 | 3.00 |
| 33 | 7 | 4.00 | 0.63 | 5.00 | 3.00 |
| 44 | 7 | 3.20 | 1.17 | 4.00 | 1.00 |
| 34 | 7 | 2.20 | 1.17 | 4.00 | 1.00 |

Del mismo modo que para la dimensión social, los datos y el gráfico obtenido para la dimensión económica muestran que las respuestas están por encima del 50% planteado en la hipótesis, debido a ello se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula, sin embargo, se construyó una prueba de una cola para proporciones para reforzar lo observado. Prueba de una cola para proporciones:

$H_0: p = 0.5 \leftarrow$ Hipótesis nula: Las actividades operativas socialmente responsables en las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán no supera el 50%.

$\sigma = 0.05 \leftarrow$ Nivel de significancia

$PH_0 = 0.5 \leftarrow$ Valor hipotético de la proporción de las actividades socialmente responsables.

$QH_0 = 0.5 \leftarrow$ Nivel de significancia

$n = 5 \leftarrow$ Tamaño de la muestra

$\bar{p} = 74.77\% \leftarrow$ Proporción de actividades socialmente responsables

$\bar{q} = 25.23\% \leftarrow$ Proporción de actividades no socialmente responsables

z (Crítica) = -1.64% \leftarrow z crítica de acuerdo a distribución normal

$$\sigma_{\bar{p}} = \sqrt{\frac{PH_0 QH_0}{n}}$$

$$\sigma_p = 0.22361$$

$$z = \frac{\bar{p} - PH_0}{\sigma_p}$$

$$z = 1.1077$$

Debido a que la “z” resultante está dentro de la zona de aceptación y en concordancia con los resultados de los datos procesados, se acepta la hipótesis alternativa para la dimensión económica de

que las pequeñas empresas del sector comercio ubicadas en Ciudad Guzmán, Jalisco, realizan más del 50% de sus actividades de forma socialmente responsable.

Conclusiones

La responsabilidad social empresarial está cambiando de manera progresiva, en un factor de éxito al ser considerada como un curso de acción empresarial con misión y visión que incluye la gestión organizacional de manera armónica con respeto por los valores éticos y el cumplimiento de las dimensiones económicas, sociales y ambientales que hacen de estas empresas, unidades de negocio que atienden a todas las partes interesadas y con ello a la sustentabilidad.

En este trabajo se consideraron pequeñas empresas que, junto con las micro, representan el mayor número de entidades económicas de México y desde luego de Jalisco, especial consideración es la región sur del Estado y la selección pequeñas empresas del sector comercial que representan una importante fuente de empleos que beneficia a la sociedad en general, pero que igualmente figura un ente perturbador de su entorno.

La información obtenida en la aplicación del instrumento con el que se recabaron los datos de las siete empresas del sector comercio establecidas en Ciudad Guzmán, esta fue analizada y se obtuvieron las frecuencias de los ítems de las tres dimensiones, ambiental, social y económica, que como se ilustra en las tablas 1,2 y 3 respectivamente, se demuestra que prevalecen evaluaciones mayores, mismas que quedan representadas en la tabla 5 con los porcentajes del 68%, 74.6% y 81.5% dando un global de 74.6% que supera el 50% planteado al inicio de este trabajo, lo que valida y se acepta la hipótesis principal formulada.

Además, se corrobora que estas pequeñas empresas, ejercen un significativo porcentaje de actividades socialmente responsables que les han permitido enfrentar los retos del mercado local y regional, teniendo en cuenta el desarrollo de sus comunidades, el cuidado del ambiente, el desarrollo económico y por supuesto el cumplimiento de la normatividad aplicable a este tipo de empresas. De manera general se concluye que las pequeñas empresas del sector comercial, de acuerdo a la percepción de sus directivos son empresas socialmente responsables al cumplir con la mayoría de factores evaluados como lo reflejan los resultados obtenidos.

Referencias

- Acción RSE. (2017). Responsabilidad social empresarial. Gobernanza, Medición y Control de Gestión. Recuperado el 2018, de Acción RSE: http://accionempresas.cl/wp-content/uploads/2017/08/RSE_gobernanza.pdf
- Bustamante, C. M., Bustamante C. A. y Caamaño B. V. E. (2020). Análisis de los informes de responsabilidad social empresarial que influyen en la relación entre stakeholder y la calidad de

- la sociedad corporativa. UCE Ciencia. Revista de Postgrado 8(1):1-8.
- Cañizares, J. (2020). El rol de la responsabilidad social empresarial para las microempresas: ¿Qué tanto se cumplen las buenas prácticas? *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería* 8(1), 107-115. <https://doi.org/10.15649/2346030X.700>
- Castillo, D. & Sánchez P. (2017). Estrategias ambientales y desempeño empresarial de hoteles de México. *Temas de ciencia y tecnología*, 63 (21), 5-21.
- Cillo, V., Petruzzelli A., Ardito L. and Del Giudice M. (2019). Understanding sustainable innovation: A systematic literature review. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 26(5):1012-1025. doi: <https://doi.org/10.1002/csr.1783>
- Diario Oficial de la Federación. (13 de 04 de 2012). *DECLARATORIA de vigencia de la Norma Mexicana NMX-SAST-26000-IMNC-2011*. Obtenido de Diario Oficial de la Federación.
- García, M., Martínez, E., & Victoria, J. (2017). Responsabilidad Social Corporativa. Divulgación científica y pymes biotecnológicas. Una propuesta de punto de partida. *Universia Business Review* (53), 128-149.
- Girón, A., Kazemikhasragh, A., Cicchiello, A. y Panetti, E. (2021). Informes de sostenibilidad y desempeño económico de las empresas: evidencia de Asia y África. *Revista de la Economía del Conocimiento*. <https://doi.org/10.1007/s13132-020-00693-7>
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020a). *Censos Económicos 2019*. Aguascalientes, AGS: INEGI. Recuperado de: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/default.asp?s=est&c=14220>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2017, 13 marzo). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas*. Aguascalientes, AGS: INEGI. Recuperado de: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>
- ISO. (2010). *ISO/FDIS 26000: Guidance on social responsibility*. ISO. Pg. 6
- Kianto, A., Sáenz J. and Aramburu N. (2017). Knowledge-based human resource management practices. Intellectual capital and innovation. *Journal of Business Research* 8:11-20. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.07.018>.
- Lara, I. y Sánchez, J. (2021). Responsabilidad social empresarial para la competitividad de las organizaciones en México. *Mercados y Negocios*, (43), <https://doi.org/10.32870/myn.v0i43.7546>
- López, A., Ojeda, J. y Ríos, M. (2017). La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de un caso. *Revista de Contabilidad - Spanish Accounting Review*, 20(1), 36-46. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2016.01.001>
- Morin, D., Reynoso, O. y Martínez, A. (2018). Las MiPyMEs frente al reto de la Responsabilidad Social Empresarial; panorama en San Luis Potosí. *Revista RELAYN micro y pequeña empresa en Latinoamérica*, 3(1), 30-42. <https://www.iuatroeditores.com/revista/index.php/relayn/article/view/46/42>
- Raufflet, E., Lozano Aguilar, J. F., Barrera Duque, E. G., & García de la Torre, C. (2011). *Responsabilidad Social Empresarial*. México DF: PEARSON. Pg. 49
- Rivadeneira, K. y Echeverri, A. (2021). Micro y pequeñas empresas y las estrategias de responsabilidad social empresarial: una perspectiva desde el desarrollo sostenible. *Espacio y Desarrollo*, (37), 101-129. <https://doi.org/10.18800/espacioydesarrollo.202101.005>
- Robbins, S., y Judge T (2017). *Organizational Behavior*, 17th Edition, Pearson Editorial Pearson.
- Rueda, J. (2017). La responsabilidad social empresarial como estrategia que contribuye al éxito corporativo. En J. A. Cortés, Responsabilidad social (págs. 28-44). Guayaquil, Ecuador: Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador.
- Santa, L. M. (2017). La responsabilidad social empresarial (RSE), estrategia efectiva para la internacionalización y competitividad para las empresas de Quindío. En J. A. Cortés Valiente,

- & E. Flores Córdova, Responsabilidad Social (págs. 10-27). Ecuador: Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador.
- [Santasmases, M. \(2009\). DYANE \(versión 4\). Diseño y análisis de encuestas de investigación social y de mercados. Madrid, Edit. Pirámide.](#)
- Severino-González, P. (2017). Responsabilidad social empresarial y conductores de valor: análisis de empresas chilenas que publican informes de sustentabilidad. *Multidiscip. Bus. Rev.*, 10(1), 20-34.
-